

La evolución del consumidor chileno

De acuerdo con el estudio Consumer Insights Q4 2024 de Kantar división Worldpanel Chile, los consumidores han adoptado estrategias más sofisticadas para optimizar su gasto, combinando una mayor diversificación de canales, la búsqueda de mejores precios y una creciente preferencia por marcas premium, opciones económicas y marcas propias del retail. El informe, basado en datos del último trimestre de 2024, señala que el comportamiento de compra ha evolucionado en respuesta a la reactivación del mercado y la mejora en los ingresos familiares. Asimismo, el Imacec de diciembre creció un 6,6% en comparación con el mismo mes del año anterior, reflejando un entorno más

favorable para el consumo. Marlis Riedel, New Business Director de la División Worldpanel de Kantar, explica que "el consumidor chileno se ha vuelto más estratégico y omnicanal. La diversificación de canales y la creciente preferencia por marcas propias y premium reflejan una búsqueda constante de optimización y calidad. Las empresas deben adaptarse a esta realidad, ofreciendo portafolios adecuados para cada canal y comunicando el valor de sus productos de manera efectiva". El informe destaca dos grandes tendencias: el aumento del gasto en productos de consumo masivo y la diversificación en los puntos de compra.

